

報告書には、「やさしい日本語」に書き換える際の文法や語彙に関する規則が記されている(報告書p.69)が、こうした考え方を利用して、情報をわかりやすく伝える(やさしい表現に言い換える)努力を行っていく必要がある。

(2)ユニバーサルデザイン

報告書でもう1つ重視されているのが、「ユニバーサルデザイン」の考え方である。

ユニバーサルデザインとは、文化や言語、国籍の違い、あるいは老若男女などの差異などを問わずに利用することができる施設・製品・情報のデザインや設計思想を言い、まちづくりなどの分野では既かなり実用化されてきているが、情報コミュニケーションの分野ではまだ明確な基準は存在しない。

報告書では、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会(UCDA)の取組を紹介している。

同協会は、企業・団体が生活者に提供する情報コミュニケーションの問題点を発見し「見やすく、わかりやすく、伝わりやすく」改善すること、情報コミュニケーションにおける「わかりやすさの基準」を確立することなどを目的として作られており、わかりにくさの要因を特定し、定量化により測定可能なものとするために、9項目からなる「DC9ヒューリスティック評価法」を開発している。これには、「情報量として適正か、許容量を超えていないか」といった内容面のことだけでなく、「文字の読みやすさ、可読性への配慮があるか」「多様な色覚のユーザーへの配慮があるか」といったデザイン面での指摘も含まれているのが特徴的である。

5. 注目すべき事例

以上のような考え方を踏まえた上で、報告書には注目すべき事例としていくつかの自治体等の取組が紹介されている。

『減災のための「やさしい日本語」』に関しては、弘前市、堺市、(社福)大阪市手をつなぐ育成会の事例が紹介されている。

『公文書の書き換えを行う「やさしい日本語」

については、横浜市、宇都宮市の事例が紹介されている。このうち、横浜市は、「やさしい日本語」の作成基準や行政特有の用語に特化した言い換えリストを公開している。一方、宇都宮市は、「やさしい日本語」と多言語翻訳それぞれの特徴を紹介し、どのように使い分け、もしくは併用すればよいかを示したガイドラインを作成して公開している。

ユニバーサルデザインの観点からは、高松市、宇都宮市、堺市の事例が紹介されている。このうち、高松市は、文書作成にあたって、マニュアルに基づき文字の種類や大きさ、行間、色についてもユニバーサルデザインの考え方を反映させることを重視した取組を行っており、同市が作成した臨時福祉給付金の申請書はUCDAアワードの「情報のわかりやすさ賞」を受賞し、給付金の申請率は全国上位となった。一方、宇都宮市は「ユニバーサルデザイン文書マニュアル」を作成し、上記のガイドライン同様、同市のホームページおよび、職員が日常的にアクセスするイントラネットにおいて公開している。

6. おわりに—自治体が住民から選ばれる時代におけるわかりやすい情報発信の重要性—

以上、報告書の内容に即して、報告書の解説を行ってきた。本解説の最後に、「わかりやすい情報発信」がなぜ必要なのかについて記しておきたい。

「民は知らしむべからず、よらしむべし」ということばがある。これは、原典である『論語』における意味から離れて、民衆は法律に従わせておけばよいもので、その意義や道理を理解させる必要はないという意味で、行政が住民に対する態度を示すものとして使われることが多い。行政がこうした態度を取っていたというのはあながち誤解とは言えないであろう。そして、ある時期まではそうした態度が普通に許されていたことも確かである。

こうした行政側の態度に対して、「情報公開」という点から批判があるのは言うまでもない。

日本国憲法に照らして考えても、行政の「主人公」は住民であり、住民には適切な形で情報を得る権利がある。

このように、「住民には知る権利があるから、行政はそれに即して情報を公開しなければならない」というのは現在の社会の流れであり、その方向から「わかりやすい情報発信」が求められるのは当然である。実際、上述のように、報告書の調査対象自治体においても、「わかりやすい情報発信」に取り組むきっかけの1つに「社会的な関心が高まっているから」が挙げられている。

社会的な関心が高まっているから情報をわかりやすく発信しなければならないというのはもちろん正しいし、必要な意識である。しかし、それだけでは十分ではないとも言える。

これも上述のように、報告書では、部署としての取組は全体の90%に及ぶものの、全庁的な基準に沿って取り組んでいるのはその約半数(45.6%)に留まっていることが指摘されている。このギャップは、「社会的な関心の高まり」だけでは、わかりやすい情報発信の「インセンティブ(動機づけ)」としては弱い(不十分である)ことを示している。言い換えると、「社会的な関心の高さはわかるが、わかりやすい情報発信の優先順位は高くない」と考える自治体が多いということである。

ところで、こうした考え方は自治体の運営において正しい選択肢なのであろうか。筆者はそうではないと考えている。

現在、日本は人口減少社会に入っている。このことの影響は地方では既に目に見える形で進行しつつあり、早晚事実上消滅する自治体が出てくる可能性があると言われている(日本経済新聞電子版「人口減少地図」2014.10.3、毛受敏浩『限界国家』朝日新書などを参照)。都市部では、そうした実感はそれほど強くないかもしれないが、都市部の自治体も決して安閑とはしてられない。

例えば、近年の待機児童問題などを受けて、子育てのしやすさなどの基準で住む場所を決め

るという人が増えている。これは言い換えると、そうした施策を打ち出せない自治体は住民から見放されるということである。都市部では、こうした形で自治体の「差別化」が進むことが予想される。つまり、これからは「自治体が住民によって選別される」時代になるということである。

もちろん、そうした「差別化」により生き残りを進める上で最も重要なのは、あくまでも優れたサービスの提供である。しかし、仮に優れたサービスを提供していても(厳密には、提供しようとしていても)、そのサービスに関する情報が適切な形で住民に届かなければ、意味がない。

これまで自治体は、情報を出していればいいと考えてきたと思われる。もちろん、報告書で先進的な事例として取り上げられているような自治体もあるが、裏返して言えば、そうした自治体がまだまだ少ないからこそ、「先進的な」自治体が目立つだけであり、「やさしい日本語」や「ユニバーサルデザイン」に即して情報を発信することが一般化すれば、ことさらに「先進的」などと言う必要はなくなる。言い換えれば、「先進的な」事例が評価されること自体が、この分野の取組の「後進性」を示しているのである。

上で述べたように、これからは「自治体が住民によって選別される」時代を迎える。その時代に、これまでと同じように、「情報は公開していればいい」というような「アリバイ作り」的な考え方を続けていけばどうなるか。そうした自治体は、徐々に住民から見放されていき、最終的には、「倒産」することになるかもしれない。

以上述べてきたような意味において、「わかりやすい情報発信」は、これからの自治体にとっての喫緊の課題であり、報告書は、そうした重要性を実際のデータに即して明らかにしている点において、優れた内容のものであると言える。